

Leer leden vissen in plaats van ze vis te geven

Marc Mestdagh • marc@2mpact.be

De heropstart van de economie en het sociale leven na de gezondheids crisis zal een impact hebben op alle ledenorganisaties. Er zullen reacties komen in de zin van: geen goesting om daar ook nog eens mee bezig te zijn, geen tijd om naar meetups te komen, geen geld meer om lidmaatschap te betalen. Ik zie dan ook her en der angst en twijfel over het lot van de ledenorganisaties. Dat is helemaal niet nodig. Maar het neemt niet weg dat we de rug moeten rechten en vooral ook samen met de leden de nieuwe toekomst tegemoet moeten gaan. Waarbij we de leden niet zomaar vis geven zodat ze enkele dagen verder kunnen, maar ze leren vissen zodat ze elke dag kunnen eten.

Vervellen

Het is ongetwijfeld zo dat het niet meer wordt zoals voorheen en daar moeten verenigingsprofessionals ook rekening mee houden. Maar moeten we helemaal opnieuw beginnen? Helemaal niet. We moeten gewoon een tandje bijsteken. Laten we dit even bekijken vanuit het standpunt van de organisatie en de verenigingsprofessional, waarbij we het lot van het lid voor ogen houden. Als ledenorganisatie hebben we het voordeel om een grote en diverse groep van betrokkenen te hebben. Wat we doen kunnen we breed opschalen maar tegelijk ook diep uitrollen. En we beschikken daar-

voor over 3 mechanismen (solidariseren, collectiveren en innoveren) die – ook al voorheen – de ultieme kerntaken van een ledenorganisatie zijn. Laten we die extra zuurstof toedienen zodat ze niet alleen op de achtergrond de stille bestaansreden zijn, maar een actieve hefboom kunnen vormen voor alle leden.

Solidariseren

Het solidariteitsprincipe is voor mij altijd het eerste gebod van de ledenorganisatie geweest. We betalen lidgelden zodat de organisatie dingen kan doen voor alle leden, waarbij het niet noodzakelijk zo is dat ik

dit op het einde van het jaar als een 100% return on investment kan afvinken. Bepaalde zaken bieden mij directe opbrengst, andere zijn indirect (bv. de lobby) en nog andere dienen mijn mede-leden, maar daar heb ik geen probleem mee.

Met de COVID 19 crisis zien we echter dat er een natuurlijke sanering komt. Zwakkere leden dreigen uit te vallen of hebben het moeilijk. Het betalen van lidgeld of het vrijmaken van tijd om met de vereniging ‘bezig te zijn’ wordt dan ook moeilijker.

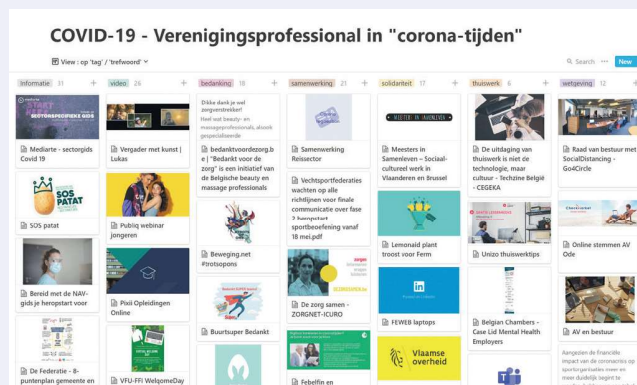
Sommigen beweren dat dit er nu eenmaal bij hoort, wellicht verwijzend naar het concept van de Survival of the Fittest, maar je

BSAE Praktijkendatabase “Verenigingsprofessionals in COVID-19-tijden”

David Nassen • Community Facilitator BSAE • david@bsae.be

Van bij de start van de coronacrisis en de bijhorende lockdown midden maart tot de eerste weken van de exit midden juni hield BSAE een database bij met praktijken en initiatieven van verenigingsprofessionals en ledenorganisaties. Raadpleeg de database via www.bsae.be of rechtstreeks via <https://bit.ly/covid19-praktijken-BSAE>

De database groeide permanent en werd al doende gestructureerd met trefwoorden. 5 tendensen en rode draden tekenden zich organisch af. Ledenverenigingen aan zet in solidariseren, collectiveren en innoveren.



kan je wel de vraag stellen of het net niet de taak van de ledenorganisatie is om voor ALLE leden te zorgen, in goede en kwade tijden.

Hoe dit dan concreet kan? Door te lobbyen voor specifieke maatregelen zoals premies, uitstel van betalingen enzovoort. Maar ook door eigen middelen aan te spreken, bijvoorbeeld geld dat geparkeerd staat bij paritaire comités, of door het oprichten van een eigen noodfonds dat solidair door alle leden wordt gespijsd.

Een andere rol van de ledenorganisatie kan erin bestaan dat er sterke en duidelijke informatie wordt voorzien voor de leden zodat zij daarop kunnen handelen. Dat houdt in dat alle nuttige indicatoren (inclusief risico's) in kaart gebracht worden zodat op basis daarvan solidariserende acties ontwikkeld kunnen worden. Hiervoor komen de twee andere mechanismen van pas.

Collectiveren

Belangrijk aandachtspunt bij collectivende acties is uiteraard dat te allen tijde de mededingingswetgeving gerespecteerd moet blijven.

We kunnen kijken om gezamenlijk de kosten te reduceren door betere inkoopvoordelen te krijgen bij leveranciers of betere voorwaarden bij de afnemers. Om goed te onderhandelen met die betrokkenen is het natuurlijk essentieel dat we goeie kennis hebben van de stakeholders en van ons 'eigen gewicht' om in de schaal te brengen. We moeten daarbij niet enkel kijken naar groei of toename van volume, maar ook hoe we vanuit een collectieve aanpak, samen dus, beter kunnen worden, zowel op het vlak van kwaliteit, maar bijvoorbeeld ook wat de stroomlijning van schakels in het proces betekent.



Samenwerking in de keten stimuleren (Confederatie Bouw)

Ode aan onze #foodheroes

Aan de trouwe krachten van elk voedingsbedrijf groot en klein.
Aan de voortploegende boeren en aan de vele handen in fabriek of magazijn.
Aan de hardwerkende winkelbedienden en aan de chauffeurs die van geen ophouden weten.
Kortom, aan iedereen die op de been blijft om ons te voorzien van drank en eten.
Jullie toewijding is ons niet ontgaan, want dankzij jullie kunnen we blijven gaan.
In nood kent men zijn helden en vandaag staan de dappersten vooraan.



#foodheroes:
jullie verdienen deze naam.

#foodheroes bedankingscampagne van de voedingsindustrie door FEVIA en 26 sectorfederaties zoals bv Belgapom of BCZ voor de zuivelsector

1

Informeren als dé basistaak.

Informeren over maatregelen, richtlijnen en premies. De eerste én meeste praktijken vallen onder deze noemer. Van dagelijkse updates van AXON, talrijke COVID-19-pagina's, het UNIZO-journaal, over het belang van meertalige communicatie door De Taalsector tot het ultieme overzicht van veiligheidsgidsen in diverse sectoren bij Prebes.

2

Bedanking van de leden.

Als vereniging de leden een hart onder de riem steken. De #foodheroes van FEVIA, COMEOS naar de grootwarenhuizen en de Buurtsuper Superhelden en TLV voor de transportsector. Of de #trotsopons digitale kaartjescampagne van Beweging.net. Als het grote publiek kon meegekregen worden, won de campagne aan kracht.

3

Snel schakelen in video en online.

Vooral om te informeren (van videoboodschap tot Facebook live) en te horen wat leeft (zoals online meetups met leden) en tegen mei structureel in dienstverlening en opleidingsaanbod bij PIXII of de E-Academy van UBA. En zelfs naar events met in april een virtuele Welqome-Day van VFU-FFI en de virtuele Open Renovatiedag van NAV.

Innoveren

Zijn we niet zozeer op zoek naar meer van hetzelfde, maar willen we nieuwe zaken verkennen, dan kan de organisatie daar ook een nuttige, faciliterende rol in spelen. Het staat vast dat vernieuwing meestal van buitenaf komt (kijk maar hoe COVID 19 voor een versnelling van telewerk en online-meetings zorgt). Bovendien merken we dat de crisis heel wat zaken en waarden die we evident vonden in vraag stellen. Kunnen we met de leden nadenken over nieuwe wegen voor de sector waarbij we andere doelstellingen vooropstellen, misschien met minder risico's, maar met minstens evenveel nieuwe uitdagingen. Cruciaal hierbij is zeker het bekijken van samenwerking met leden en organisaties die op de rand of net buiten onze comfortzone liggen.

De ledenorganisatie is aan zet

De uitdagingen voor de ledenorganisaties zijn duidelijk:

- ▶ De focus ligt op de toekomst – “We brengen de leden waar ze nog niet weten dat ze moeten zijn” (David Nassen, directeur van BSAE, vereniging van verenigingsprofessionals). We mogen dus niet de kop in het zand steken, hopen dat het wel weer normaal wordt, maar we moeten moedig zijn en de deels ongekende toekomst tegemoet treden. Tijd om wat verder voor de fanfare uit te lopen (lees: meer dan 1,5 meter).
- ▶ We hebben aandacht voor de positionering van de organisatie en de beeldvorming bij alle betrokkenen en stakeholders. Dit gaat verder dan de klassieke lobby – de organisatie moet er staan voor alle leden! Dat houdt in dat we actief en positief moeten communiceren. Veel organisaties gaan momenteel in de ‘defensieve’ modus en belichten enkel de negatieve aspecten, maar daarmee geraken we niet verder.



AXXON Physical Therapy in Belgium • 1ste
Beroepsvereniging voor kinesitherapeuten in België / L'association représentati...
2 mnd • 🌐



Voorzitter Peter Bruvnooghe heeft een boodschap voor alle kinesitherapeuten in tijden van de coronacrisis: zorg voor je patiënten, maar ook voor jezelf en elkaar.



Videoboodschap om leden te informeren (AXXON)

- ▶ We hebben aandacht voor het model van lidmaatschap dat ongetwijfeld onder druk zal komen te staan, meer bepaald de spanning tussen het betalen van lidgeld voor het collectief waar leden gebruik van maken en van de op maat diensten in functie van de eigen ‘consumptie’ ervan.

Leren vissen ipv vis te geven

Voor alle acties die we hierboven vermeld hebben geldt overduidelijk dat we het samen met de leden moeten doen. Als organisatie kan je nog wel de beste bedoelingen hebben, en veel inspanningen leveren om alles voor te bereiden, uit te werken en als ‘gefundenes Fressen’ aan de leden aan te bieden, het is veel waardevoller als we de leden daar zelf bij betrekken. Zij zijn immers niet enkel de doelgroep, maar hebben in zich heel veel kennis en ervaring om mee te helpen de meest efficiënte, maar ook effectieve acties te ontwikkelen. In veel gevallen is het proces even waardevol als het resultaat. Samen onderweg zijn zorgt

ervoor dat ze veel van mekaar kunnen leren over hoe ze zelf, maar hopelijk ook samen de dingen verder kunnen aanpakken. Dat geeft tegelijk een invulling aan zowel de ‘What’s in it for me?’ als de ‘What’s in it for us?’. Voor wie twijfelt hoe dat aan te pakken, verwijs ik graag naar mijn Expeditie-methode die hier een antwoord op kan bieden (zie www.marcmestdagh.be/EXP).

Zelf een expeditie opzetten met leden? In een BSAE-workshop over het expeditieformat krijg je handvaten hiervoor en enkel voorbeelden uit de praktijk.

Woensdag 16 september, Gent.

www.bsae.be/academy

4

Crisissituaties leiden (of dwongen) tot samenwerking in sectoren.

APB, VAN en regionale verenigingen zoals KAVA illustreerden dit via samenwerking naar apothekers. De eventsector (ACC, BECAS en BESA) liet samen de stem horen en toonde innovatieve projecten met andere diensten (zoals voorzieningen voor triagecentra). Flux50, De Blauwe Cluster, FEBEG, Techlink, AVERE ... keken samen toekomstgericht naar innovatie in duurzame energie voor economische relance.

5

Bevragingen en open brieven.

Bevragingen kwamen vooral als barometers (FeWeB, ...) of in functie van toekomst (zoals publiek over vrijetijdsbeleving). En in latere fase om ongehoorde stemmen kracht bij te zetten. Dit laatste in combinatie met open brieven. Die soms ook vooruitziend waren. Denk aan Vlario omtrent de waterschaarste en ORI in functie van investeringen in openbare werken.